

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	7
<b>Survival-Checkliste</b> .....	11
<b>1 Mit Strategie auf Erfolgskurs</b> .....	15
1.1 Vertrieb – ein wichtiger Wettbewerbsfaktor .....	17
1.2 Merkmale einer exzellenten Vertriebsstrategie .....	23
1.3 Schritt für Schritt zum Vertriebskonzept .....	55
1.4 Strategieumsetzung ohne Kreativitätsverlust .....	111
<b>2 Basis für mehr Produktivität: die richtige Vertriebsorganisation</b> .....	129
2.1 Aufgabenverteilung innerhalb der Vertriebsabteilung .....	131
2.2 Aufbau der Vertriebsstruktur .....	135
2.3 Organisationsalternativen des Kundenmanagements .....	144
2.4 Einordnung des Vertriebsbereichs im Unternehmen .....	161
2.5 Outsourcing des Vertriebs .....	168
2.6 Auslagerung intern: Shared-Services-Center .....	172
2.7 Ablauforganisation im Vertrieb .....	177
2.8 Neustrukturierungen erfolgreich durchführen .....	187
<b>3 Effizientes Gebietsmanagement</b> .....	195
3.1 Geschickte Gebietsplanung .....	197
3.2 Berechnung der Verkäuferzahl in Abhängigkeit vom Kundenwert .....	200
3.3 Wie viele Kunden können sinnvoll bearbeitet werden? .....	205
3.4 Potenzialorientierte Gebietsplanung .....	208
3.5 Verkaufsgebiete als Profit-Center .....	211
<b>4 Profiverkäufer suchen, auswählen und integrieren</b> .....	227
4.1 Personalpolitik der Zukunft .....	229
4.2 Fehlbesetzungen im Vertrieb sind teuer .....	233
4.3 Was Spitzenverkäufer auszeichnet .....	238
4.4 Topverkäufer finden .....	241
4.5 Neue Mitarbeiter effizient einarbeiten .....	265
<b>5 Vertriebsmannschaften zum Erfolg führen</b> .....	275
5.1 Vertriebs- und Verkaufsmanager als Führungskraft .....	277

5.2	Mitarbeiterleistungen bewerten .....	287
5.3	Führen durch Mitarbeitergespräche .....	301
5.4	Tägliches Feedback .....	321
5.5	Leistungssteigerung durch immaterielle Motivation .....	331
5.6	Leistungssteigerung durch materielle Motivation .....	354
5.7	Verkaufsteams führen und motivieren. ....	366
<b>6</b>	<b>Steigerung der Produktivität im Vertrieb.</b> .....	<b>375</b>
6.1	Erhöhung der Mitarbeiterproduktivität .....	377
6.2	Engpässe identifizieren und beheben. ....	393
6.3	Alle Ressourcen mobilisieren. ....	423
6.4	Prozesse optimieren. ....	426
6.5	Effizientes Angebotsmanagement .....	436
<b>7</b>	<b>Vertriebskanäle optimieren.</b> .....	<b>445</b>
7.1	Trends in der Vertriebspolitik .....	447
7.2	Überprüfung der vorhandenen Vertriebskanäle. ....	448
7.3	Einführung eines neuen Vertriebssystems. ....	455
7.4	Aufbau eines Mehrkanalsystems .....	465
7.5	Auswahl geeigneter Vertriebswege .....	480
7.6	Effektivitätssteigerung durch Vertriebskooperationen ....	518
<b>8</b>	<b>Ausschöpfung aller Marktchancen</b> .....	<b>543</b>
8.1	Größere Profite mit Stammkunden .....	545
8.2	Rendite steigern durch höhere Preise .....	572
8.3	Mehr verdienen mit Neukunden .....	599
8.4	Mehr Neukunden-Umsatz auf Messen .....	625
8.5	Profitable Marktnischen besetzen .....	639
8.6	Mit dem Service Geschäfte machen. ....	642
8.7	Internationale Märkte erschließen. ....	651
<b>9</b>	<b>Ertragssteigerung durch gezieltes Beschwerdemanagement.</b> ....	<b>663</b>
9.1	Nutzen, Ziele und Aufgaben des Beschwerdemanagements .....	665
9.2	Komponenten eines guten Beschwerdemanagements. ....	668
9.3	Einführungsstrategie in sechs Schritten. ....	680
<b>10</b>	<b>Ertragsorientierte Vertriebssteuerung</b> .....	<b>687</b>
10.1	Methoden der Kundenbewertung .....	689
10.2	Am Kundenwert orientierte Kundenbetreuung. ....	701
10.3	Kennzahlen zur Kontrolle der Vertriebseffizienz .....	704
<b>Literatur</b>	.....	<b>727</b>
<b>Register</b>	.....	<b>731</b>
<b>Autoreninformation</b>	.....	<b>739</b>